

ANALISIS PENGELOLAAN AKUN TWITTER @Gerindra DALAM KOMUNIKASI POLITIK

Vela Andapita¹

ABSTRAK

Tren pemanfaatan media sosial sebagai medium komunikasi politik juga dilakukan oleh Partai Gerindra, dengan akun Twitter-nya @Gerindra, sejak 25 November 2011. Penelitian ini mengungkap pengelolaan @Gerindra untuk komunikasi politik, serta membedahnya dengan menggunakan konsep kampanye di media sosial Susan Sweeney dan Randall Craig. Penelitian ini dilakukan dengan metode kualitatif, dengan memanfaatkan data dari hasil wawancara dan studi dokumentasi. Hasil penelitian menemukan bahwa @Gerindra lahir atas inisiatif kader Partai Gerindra dan kini dikelola secara profesional oleh tim media *online* Partai Gerindra. Admin @Gerindra dituntut untuk terus berinteraksi dengan para *followers*, demi menjaga reputasi dan hubungan baik dengan konstituen. Partai Gerindra menilai @Gerindra sebagai medium komunikasi politik yang efektif, dengan kontribusi sebesar 5-10% dari total suara yang diperoleh dalam Pemilu Legislatif 2014. Sementara itu, berdasarkan analisis menggunakan konsep kampanye di media sosial menurut Sweeney dan Craig, aktivitas @Gerindra dapat dijelaskan dalam tiga tahap: (1) *planning* menentukan target audiens, pria berusia 18-25 tahun, (2) *implementation* dengan dua proses, *gradual ramp-up* menjaga interaksi dan hubungan baik dengan *followers* serta *big bang launch* dengan meningkatkan intensitas interaksi jelang Pemilu Legislatif 2014, serta (3) *monitoring and evaluation* tahap pelaksanaan dengan hasil yang baik berdasarkan penghitungan Twtrland.com. Penulis menyarankan unsur lain dalam konsep Sweeney dan Craig, yakni konsep manajemen tim pengelola media sosial partai politik: (1) sistem kerja kolaboratif, (2) perekrutan dan pembagian kerja tim, dan (3) teknis bekerja.

Kata kunci: komunikasi politik, media sosial, Twitter

¹ Mahasiswa Jurnalistik dan Komunikasi Massa, Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Bakrie, 2010

ANALYSIS OF @Gerindra TWITTER ACCOUNT MANAGEMENT FOR POLITIC COMMUNICATION PURPOSE

Vela Andapita²

ABSTRACT

The trend of using social media for politic communication purpose has also been done by Gerindra Party, through its official Twitter account @Gerindra, since November 25th 2011. This research aims to describe the management of @Gerindra as politic communication channel, and analyze it by using the concept of campaigning in social media by Susan Sweeney and Randall Craig. This research is conducted by using qualitative method. The findings show that @Gerindra was created by its cadres' initiative and is now professionally handled by an online media team. The administrators of @Gerindra are supposed to be able to interact with its followers, in order to maintain its relationship with its constituents. Gerindra Party claims that @Gerindra is an effective politic communication channel. Using Sweeney and Craig's concept, here is @Gerindra's performances: (1) planning by determining target, male age 18-25 years old, (2) implementation with two processes, first gradual ramp-up by maintaining good relationship with followers and big bang launch by increasing its interaction intensity days before the 2014 Legislative Election, and (3) monitoring and evaluation with good result, based on the calculation from Twtrland.com. From this research, the writer adds other elements in Sweeney and Craig's concept, which is the concept of managing a social media team of a politic party. This concept includes: (1) the collaborative working system of social media team, (2) the team recruitment and job description, and (3) the working technique of the social media team.

Key words: politic communication, social media, Twitter

² Student of Journalistic and Mass Communication, Communication Science Program, Bakrie University, 2010